



YRITYKSEN VISUAALISEN IMAGON LUOMINEN VERKKOSIVUSUUNNITTELUN KAUTTA

Tämä tiedosto on vain kirjallinen esitys opinnäytetyöraportistani tietokantaa ja tulostusta varten. Varsinainen opinnäytetyö sijaitsee osoitteessa:

<http://www.terveysinnovaatiostudio.fi/>

Raportin visuaalinen esitys löytyy sivustolta osoitteessa:

<http://www.terveysinnovaatiostudio.fi/studion-suunnittelua/>

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Muotoilun tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä Katri Pirhonen	
Työn nimi Yrityksen visuaalisen imagon luominen verkkosivusuunnittelun kautta	
Päiväys 26.4.2018	Sivumäärä/Liitteet Noin 41 sivua
Ohjaaja(t) Jouni Silfver	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonia-ammattikorkeakoulu, Itä-Suomen yliopisto	
Tiivistelmä Opinnäytetyössä luotiin visuaalinen ilme Savonia-ammattikorkeakoulun ja Itä-Suomen yliopiston yhteistyöprojektille nimeltä Terveysinnovaatiostudio. Projektin oli kokeellinen muotoilu- ja innovaatioprojekti, jossa kuvitteelliselle terveysmuotoilun yritykselle luotiin brändiä ja aidon oloiset verkkosivut. Niiden avulla luotiin kurkistusikkuna potentiaaliseen yritysideaan tulevaisuuden terveysmuotoilusta. Opinnäytetyö hyödyntää science fiction -lähteitä tulevaisuuden visualisointina, käyttäen niitä yrityksen verkkosivujen visuaalisen ilmeen lähteinä. Brändiin sisältyy myös logosuunnittelu.	
Avainsanat Web design, yrityssuunnittelu, graafinen suunnittelu,	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Katri Pirhonen			
Title of Thesis Defining a company brand through Web design			
Date	26.4.2018	Pages/Appendices	approx. 41 pages
Supervisor(s) Jouni Silfver			
Client Organisation /Partners Savonia University of Applied Sciences, University of Eastern Finland			
Abstract This thesis created a visual look for the Savonia University of Applied Sciences and the University of Eastern Finland's co-operation project entitled Health Innovation Studio. The project was an experimental design and Innovation project that created a brand and genuine web pages for an imaginary health design company. Website created a peeking window for a potential business venture into future health design. The thesis utilizes science fiction sources as a visualization of the future, using them as a source of visual innovation on corporate websites. The thesis also includes logo design.			
Keywords Web Design, Brand, Graphic design			

Tässä opinnäytetyössä suunniteltu verkkosivusto löytyy osoitteesta:

<http://www.terveysinnovaatiostudio.fi/>

Sisällys

1.Johdanto	6
1.2 Termit ja teoria	6
2. Design thinking ja Terveysinnovaatiostudio	8
3.Aikataulu	9
3.1 Tekemisen pohja-asetelma.....	9
4.2 Verkkosivun rakenne	10
4. Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelu	13
4. 1 Yrityksen muotoilu visuaalisin keinoin	13
4.2 Asiakasystävällisen verkkosivun suunnittelu.....	13
5. Science fictionin ja terveydenhuollon suhde	14
6. Sivureferenssejä verkkosivusuunnittelun pohjalle	19
6.1 Terveysmuotoilun referenssejä	19
6.2 Ulkoasu referenssejä verkkosivulle.	20
7. Graafinen ilme	22
7.1 Moodboard.....	23
8. Logon ideointi	29
8.1 Benchmarking	32
9. Pohdinta	41
10. Lähteet	42
11. Kuvaluettelo	44

1. Johdanto

Opinnäytetyölläni on kolme keskeistä teemaa: terveysalan muotoilu, yritysbrändi ja web design.

Terveysinnovaatiostudio on Savonian, Itä-Suomen Yliopiston ja kuopiolaisten muotoilija- ja innovaatioyrittäjien yhteisprojekti, jossa on tarkoituksena tuoda terveysmuotoilu ja terveysinnovaatioyrittäminen Suomen maaperälle. Savonian muotoilun yliopettaja Ilkka Kettunen pyysi minua mukaan tähän projektiin.

Kevään aikana eri ryhmät toteuttivat projekteja ja konsepteja terveyden ja terveystalvelujen edistämiseen, ja niistä kasattiin aidonnäköinen mockup-yritys. Terveysinnovaatiostudio on samalla muotoilumenetelmällinen kokeilu, jossa käännetään Design thinking -ajattelu pääläelleen, jotta nähdään, mitä voi syntyä yrityksestä, joka on luotu visuaalisen ilmeen pohjalta.

Minun tehtäväni oli luoda ”yritykselle” uskottava visuaalinen ilme, logo ja verkkosivu WordPress-alustalle. Sivuille tuotettiin sisältöä työryhmien sekä johtoryhmän toimesta, ja itse osallistuin niihin ohjaamalla ryhmiä sekä tuottamalla visuaalista materiaalia ja valokuvia. Opinnäytetyön muotona on siis produktio yhteistyöprojektissa. Työni on osatuotos ja kehys varsinaiselle projektille.

Työn tarkoitus on luoda kuvitteelliselle projektin yritykselle uskottava brändi ja visuaalinen ilme verkkosivun ulkoasun ja rakenteen kautta. Terveysinnovaatiostudio on tulevaisuuden kuvittelemiseen tähtäävä projekti, joten minun tutkimuskysymyksenäni voisi olla vaikkapa: Kuinka tuoda tulevaisuuden yritys tänä päivänä esille niin, että se on ymmärrettävä ja uskottava nykypäivän kuluttajalle? Missä menee kaupallisen uskottavuuden ja science fictionin raja?

1.2 Termit ja teoria

HTML

HTML on lyhenne sanoista Hyper Text Markup Language, ja se on standardi merkkikieli, jota käytetään verkkosivujen luomisessa. Html kuvaa verkkosivujen rakennetta määritetyillä merkinnoilla, ja sillä luodaan verkkosivun määritetyt sisältöalueet ja rakennuspalikat. Näiden palikoiden sisältöä ja rajoja määrittävät tagit, eräänlaiset koodin pätkät, jotka esittävät kunkin alueen alun ja lopun.

CSS

CSS on html-koodia määrittelevä merkkikieli, jonka tehtävä on kuvailla, miltä verkkosivun tulee näyttää. Css esimerkiksi määrittää värit, reunat, laatikot ja kuvat.

WordPress

Ilmainen verkkosivujen sisällön luontialusta. Wordpress tulee olla asennettuna web-palvelimelle toimiakseen, ja tähän tarkoitukseen sopivat esim. maksulliset webhotellit. Wordpress pohjautuu php-ohjelmointikieleen ja tarjoaa kattavat perustyökalut verkkosivun luomiseen. Wordpress-sivustolla täytyy olla jokin pohjateema, joita löytyy sekä ilmaisia että maksullisia. Lisäksi toimivan sivuston luomiseen tarvitaan usein lisäosia, joilla saa lisäfunktioita verkkosivuille. Myös lisäosia löytyy sekä ilmaisena että maksullisena, ja maksullisten teemojen ja lisäosien toiminta on yleensä sulavampaa, joustavampaa ja pidemmälle vietyä kuin ilmaisten.

Lapsiteema

Muokattu versio Wordpress-pohjateemasta, josta lapsiteema perii määriteltyjä muotoiluja ja perusrakenteen. Lapsiteema tarvitsee pohjateeman toimiakseen. Opinnäytetyössäni teema on Genesis ja lapsiteema Business Pro.

MedPod/MedBay

MedPod on Alien: Prometheus (2012) -elokuvassa esiintyvä itsediagnosoiva terveyden huoltokapseli, joka pystyy itsenäisesti tutkimaan ja diagnosoimaan sekä suorittamaan kirurgiaa ilman ulkoista ohjausta. Vastaava kapseli esiintyy avonaisempana mallina Matt Damonin tähdittämässä elokuvassa Elysium (2013) nimellä MedBay.

Benchmarking

Benchmarking on tiedonhankinnan menetelmä, jossa vertaillaan jo olemassa olevia ja niin sanottuja esikuvakohteita oman tuotoksen tueksi tai arvioimiseksi. Liiketoiminnassa sillä vertaillaan omaa liiketoimintaa kilpailijoihin tai toisiin toimiviin konsepteihin oman toiminnan kehittämiseksi. (Shopify, Benchmarking (luettu 15.4.2018)) Tässä työssä benchmarking on muotoilun työkalu, jossa etsin olemassa olevia kohteita oman tyylin määrittämiseksi ja muotokieliplagiaattien välttämiseksi.

Moodboard

Muotoilun työkalu, jolla tutkitaan projektin/muotoilutuotoksen vaikutelmaa ja mielikuvia kuvakollaasien, typografian ja värimaailman kautta. (Nigel French 1.6.2014. Lynda.com, web-kurssi: What is a moodboard? (luettu 15.4.2018))

2. Design thinking ja Terveysinnovaatiostudio

Lyhyesti Design thinking, suomeksi suunnitteluajattelu on yleisesti muotoilun ongelmanratkaisun menetelmiä kuvaava termi, jonka menetelmällinen tarkoitus on sisällyttää muotoilu ja muotoilullinen ajattelu osaksi yrityksen työkalutuuuria. Suunnitteluajattelussa hyödynnetään luovaa maalaisjärkeä, empatiaa sekä rationaalista ajattelua osana koko yrityksen toimintaa irrottamatta designia omaksi osiokseen yrityksen prosesseissa. (Balaram 2010.)

Usein yritykset menevät liikeidea edellä, ja design on vain osavaihe koko prosessissa. Suunnitteluajattelu sitouttaa designin koko yrityksen toiminnan eri vaiheisiin. Design thinking on myös jaettavissa eri osioihin ja menetelmiin, joita yritys voi hyödyntää soveltuvin osin omassa muotoilussaan.

Terveysinnovaatiostudio on menetelmällinen muotoilukokeilu, joka hyödyntää Design thinking -teoriaa, kääntämällä sen ympäri. Sen sijaan, että liikeidea ja yritysstrategia olisi valmiiksi jo loppuun hiottu, lähdetään liikkeelle ajatuksesta, jossa yritystä ei ole eikä valmista strategiaa. On vain löyhä idea liikeideasta ja mahdollisesta bisneksestä, ja mahdolliseen lopputulokseen on tarkoitus päästä menemällä muotoilu, tässä tapauksessa verkkosivun muotoilu, edellä. Design thinking on tietysti osana itse verkkosivun muotoilussa, mutta koko projektin kantavana ideana on eräänlainen Design Acting. Tavoitetta lähdetään hakemaan muotoilulliset seikat edellä, kaikki muu yrityksen strategiaa koskeva tulee perässä. Tehdään ensin, että nähdään mitä siitä voisi tulla, "Fake it 'till you make it"-ajatusmaailmalla. Tarkoitus on tuottaa aidon oloista materiaalia ja yrityksen ilme uskottavasti esille, ennen kuin edes yritys on kasassa. Luodaan lupauksia ja "hype", ennen kuin todellisia tuotteita on edes suunniteltu.

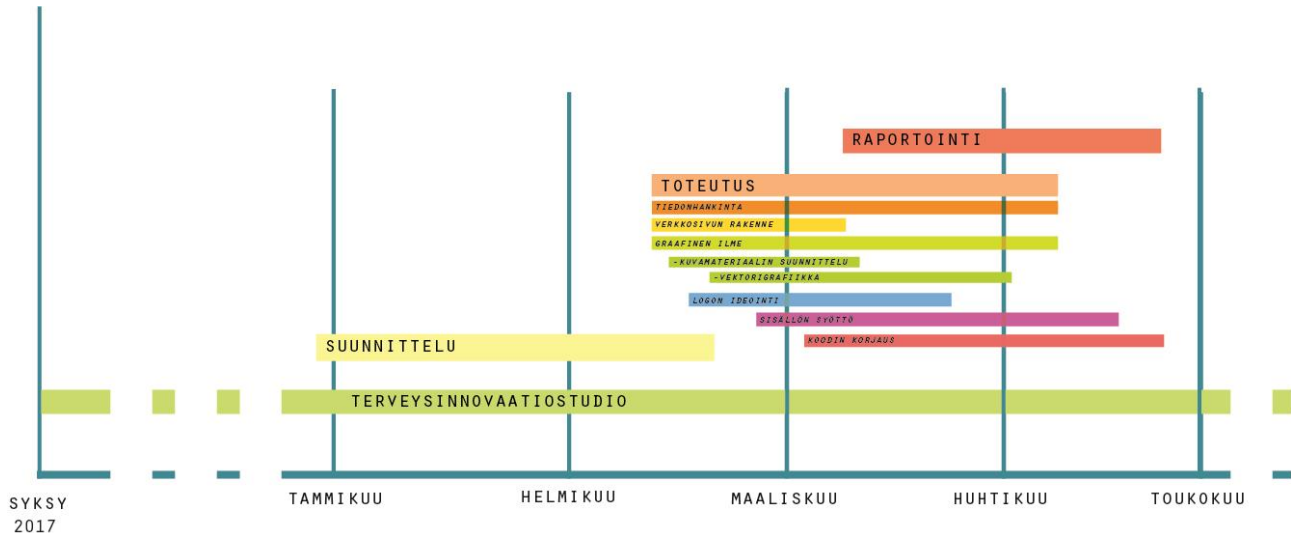
Totta kai, kokonaista yritystä ei voida rakentaa ilman kehyksiä, tuoteideaa tai edes pientä strategiaa. Terveysinnovaatiostudion kantava idea on tuoda innovatiivinen terveystuotoilu Suomen maaperälle ja mahdollisesti tarjota laajasti terveystuotoiluun erikoistuneita palveluita yritysasiakkaille. Opinnäytetyöni, yrityksen verkkosivut, ovat kehys ja uskottava visuaalinen esitys tälle tulevaisuussuuntautuneelle yritystehokkuudelle. Yrityksen visuaalisen materiaalin tulisi korostaa ihmislähtöisyyttä ja asiantuntijaosaamista uskottavuuden saavuttamiseksi. Erityisesti tällaisessa todellisuutta imitoivassa tuotannossa oikeiden ihmisten henkilöbrändäys on tärkeässä osassa asiantuntevan ilmeen luomisessa.

Terveysinnovaatiostudion sivustolle sekä tuotetaan aitoja että aidon oloisia projekteja yrityksen työnäytteiksi. Todellinen tekninen tietopohja ei ole olennainen, kunhan työ edes vaikuttaa uskottavalta. Myöhemmin hankkeen edetessä sivustolle tuotetaan myös todellisia projekteja, sekä tilattuja että kokeellisia. Terveysinnovaatiostudio on kuin leikkiympäristö, jossa leikitään yritystä aidonnäköisissä puitteissa. Tämän vuoksi varsinkaan alkuvaiheessa ei ole tärkeää, ovatko projektit todellisia vai eivät. Riittää, että tuotanto herättää mielenkiintoa ja uusia ajatuksia tulevaisuuden terveydenhuollon edistämisestä ja muotoilun tärkeydestä tässä tehtävässä.

Parhaimmillaan tällainen yrityksen leikkiympäristö tarjoaa puitteet Savonian ja Itä-Suomen Yliopiston väliselle yhteistyölle oikeiden asiakkaiden parissa, sekä sen kautta voi myös saada Savonialle uudenlaisia muotoilu- ja innovaatioprojekteja. Terveysinnovaatiostudio voi myös johtaa oikeaan yritykseen, jos innokkaita tekijöitä ja rahoittajia löytyy.

3. Aikataulu

Terveysinnovaatiostudio -projektin ideointi alkoi keväällä 2017, mutta varsinainen toteutus pyörähti käyntiin syksyllä 2017. Tällöin tehtiin päätös verkkosivun luomisesta studion kehykseksi ja alettiin työstää sisältöprojekteja sivustolle oikeiden terveyshaasteiden pohjalta. Opinnäytetyöni sijoittui aikataulultaan keväälle 2018, jolloin projekteihin oli jo luotu materiaalia.



Kuva 1 Opinnäytetyön suunnittelu-, toteutus- ja raportointiaikataulu.

3.1 Tekemisen pohja-asetelma

22.2.2018 kävimme projektinjohtaja Ilkka Kettusen kanssa keskustelua verkkosivutilan avaamisesta ja mahdollisista kustannuksista. Päätimme yhteisesti, että sivutila avataan louhi.fi-sivuston ylläpitämään webhotelliin. Palvelimelle asennetaan WordPress sekä teemaksi Genesis Framework ja lapsiteema Business Pro. Maksullinen teema antaa myös vapaammat kädet toiminnallisuuksien ja ulkoasun kanssa

Business Pron vahvuuksia on myyvä ja dynaaminen ulkoasu, joka mahdollistaa myös liikkuvan median upottamisen otsakkeen taustaksi. Teema on myös melko joustava ja muokattavissa sekä Mukauta-tilassa että perinteisesti css-koodilla.

Oman sivustoni kannalta Genesiksen tärkein ominaisuus on "Genesis featured page" ja "Genesis featured post"-vimpaimet, jotka mahdollistavat tiettyjen sivujen ja artikkelien kuvalliset nostot etusivuille.

Terveysinnovaatiostudion tapauksessa haluan nostaa etusivulle projekteja ja Terveyttä innovoimassa -blogipostauksia.

Business Pro- teemana on rajoittava tekijä graafiselle suunnittelulle, sillä osa etusivun "vimpain"-alueesta on lukittuja ja siten monimutkaisempi koodi voi ne rikkoa. Positiivinen ominaisuus on Sivun artikkelikuvan ilmentyminen kyseisen sivun Header -kuvana. Sama pätee myös artikkeleihin, joten blogitekstin artikkelikuva tulee myös näkyviin sivun yläosaan. Yhtenäisen tyylin säilyttämiseksi kaikkien artikkelikuvien tulee olla mustavalkoisia. vain pienet värilliset yksityiskohdat sallitaan.

Terveysinnovaatiostudion johtokunta on hakenut myös rahoitusta toiminnalleen mm. Alfred Kordelinin säätiöltä. Johtokuntaan kuuluvat Savonia ammattikorkeakoulun puolelta Ilkka Kettunen, Raisa Leinonen, Antti Kares ja Timö Sirviö sekä Itä suomen yliopiston puolelta Päivi Eriksson, Outi-Maaria Palo-oja ja Tero Montonen. Verkkosivun perustamisen kustannukset ovat kuitenkin toistaiseksi olleet Itä-Suomen yliopiston ja Savonian puolelta Ilkka Kettusen, hoidossa.

Omassa opinnäytetyössäni raportointi on epätavallisessa asemassa, sillä raportti sisältyy verkkosivuun blogina. Toisin sanoen raportti on tyylieltään vastamaan verkkosivun ulkoasua ja on yksi sisältöelementti sivustolla.

Verkkosivun kuvamateriaalin hankinta on toteutettu etsimällä valmiita kuvapankkikuvia sivustoilta Unsplash <<https://unsplash.com/>> ja Pixabay <<https://pixabay.com/>>. Lisäksi olen tuottanut itse kuvamateriaalia graafiseen ilmeeseen ja valokuvannut henkilökuvat verkkosivun ”Tiimi” -sivulle. Projektin visuaaliset elementit toteutettiin Adobe Photoshop ja Adobe Illustrator -ohjelmilla.

3.2 Verkkosivun rakenne

Verkkosivujen sisältöön on tarkoitus luoda etusivu ja navigoinnissa kuusi alisivua. Lisäksi tulee projektikohtaiset sivut. Alla on lyhyt sivukartta ja visualisointi mahdollisesta rakenteesta.

Etusivu

- kansikuva, korvattavissa myöhemmin videolla
- 2-4 projektinostoa sisältösivuilta
- uusimmat -bloginostot ja Facebook-syöte
- footer: yhteystiedot ja logo

Mikä on terveysinnovaatiostudio? (Studio)

- lyhyt kuvaus projektin taustoista ja ”yrityksen” visiosta ja missiosta. En tuota näiden sisältöä itse, vaan nämä tuotetaan yhteistyössä projektin johtoryhmän kanssa.
- alisivuina projektisivut

Tekijät (Tiimi)

- esitellään projektin asiantuntijat (ks. esimerkki http://www.saurum.fi/fi/yritys/tutustu_tekijoihin/)
- Kuvat olen kuvannut osana visuaalisen materiaalin tuotantoa.

Blogi

- opinnäytetyön raportointi, joka etenee projektin edetessä. Muotoiltu istumaan sivuston ulkoasuun.
- Ilkka Kettusen terveysinnovaatio ja muotoilu sisältöinen blogi Terveyttä Innovoimassa

Ota yhteyttä

- projektin vastaavien yhteystiedot ja yhteydenottolomake

Terveysinnovaatio (Myöhemmin Linkit)

- mitä on terveysinnovaatio ja kuinka se näkyy maailmalla
- linkkejä terveys- ja muotoiluaiheisiin julkaisuihin.

Etusivun valikkorakenteen lisäksi sivuille tulevat Terveysinnovaatiostudion projektit alavalintana osiolla Studio. Myös jokainen artikkelijulkaisu itsessään on sivun kokoinen julkaisu. Jokaisella sivulla on oma sivukohtainen kuva sivun otsikon taustalla.

Etusivulla ylätunnisteesta löytyvät Terveysinnovaatiostudion logo sekä sivuston navigaatiovalikko. Ylätunnisteen jälkeen tulee kuvakaruselli, kiinteä kuva tai video. Sen alta löytyvät lyhyt kuvaus yrityksestä ja yrityksen tärkeimmät referenssit. Näiden lisäksi etusivulta löytyvät yhteystiedot, nostot uusimmista

Katri Pirhonen, KUI14SM

blogijulkaisuista sekä Facebook-syöte TlStudio Facebook-sivulta. Sivuille on kaavailtu myös esittelyvideota, joten sille tulee myös varata tila.



Kuva 2 Alkuperäinen etusivun sisältösuunnitelma.

4. Yrityksen visuaalisen ilmeen suunnittelu

4.1 Yrityksen muotoilu visuaalisin keinoin

Verkkosivusuunnittelun keskeisyydestä huolimatta opinnäytetyöni ei ole pelkästään verkkosivun muotoilua. Se on myös yritysidean suunnittelua muotoilun keinoin. Yleensä yritystä perustettaessa lähdetään hakemaan rahoitusta ja tukia kirjallisen suunnitelman kanssa, jolla vakuuttaa mahdolliset sijoittajat ja rahoittajat yrityksen kannattavuudesta. Terveysinnovaatiostudion verkkosivut sen sijaan tarjoavat ikkunan potentiaalisen yrityksen tulevaisuuteen.

Verkkosivu on tavallaan testialusta, jolla testata yrityksen visuaalista ilmettä ja palveluiden muotoilua niin, että asiakas tai kohderyhmä päätyisi ostamaan palveluita juuri meiltä. Kuinka esitämme strategiaamme asiakkaalle houkuttelevalla tavalla? Miten saamme asiakkaan huomaamaan ammattitaitomme? Kuinka herättää luottamusta? Nämä ovat tutkittavia ominaisuuksia, joiden optimaalisimmat vaihtoehdot löytyvät vain kokeilemalla. Tämä on sinänsä mahdotonta testata vielä tässä vaiheessa, sillä meillä ei ole asiakkaita, joilta kerätä palautetta. Ongelmien kimppuun käydään aiemman tiedon, muotoilun työkalujen ja mielikuvien perusteella.

Näitä mielikuvia voidaan muotoilla visuaalisen ilmeen tuoksi, esimerkiksi millaisia tunteita halutaan herättää logolla, entä millaisia taas muulla grafiikalla? Terveysinnovaatiostudion yleisilmeen tulisi olla uskottava ja ammattimainen, luottamusta herättävä raikkaalla ja uutta tarjoavalla tavalla. Parhaimmillaan tällainen yrityksen kokeilu ympäristö toimii myös ns. hissipuheen korvaajana markkinoitaessa yritystä eri sidosryhmille, kuten mahdollisille yritysasiakkaille, rahoittajille, yhteistyökumppaneille ja suurelle yleisölle.

Terveysinnovaatiostudion kokeilu ympäristössä voitaisiin mahdollisesti pohtia ulkoasullisesti, halutaanko sivusto suunnata potentiaalisille yhteistyöhankeille vai viedä sivustoa yritysmäisempään suuntaan kuten opinnäytetyöni versiossa. Yritysmailmaan viittaa sivuston etusivun laskeutumissivu, joita yrityssivuilla käytetään asiakkaan koukuttamiseen ja vakuuttamiseen sekä ostopäätöksen varmistamiseen. Toisaalta valikot ja niiden tekstit suuntaavat sivustoa enemmän hankemailmaan. Esimerkiksi "Palvelut" -nimen sijasta tarjoamme valikkotekstissä "Yhteistyötä", "Asiantuntijoista" tuli "Tiimi" ja "Yritys" -sivusta "Studio", joka tekee TI-studiosta tavallaan helpommin lähestyttävän, kun mieluummin ehdotamme yhteistyötä kuin tyrkyttämme ja myymme palveluita.

Tällaisessa visuaalisessa yrityssuunnittelussa on olennaisen tärkeää valita oikeanlainen värimaailma, muotokieli ja "kuvasto". Millainen värimaailma ohjaa kuluttajaa ajattelemaan terveystuotteita? Värit ja niiden yhdistelmät ohjaavat katsojaa psykologisella tasolla kohti tiettyjä mielikuvia tai tunnelmia. Huipputuotemerkit jopa patentoivat tiettyjä värejä, jotta jokainen joka näkee kyseisen värin, osaa yhdistää värin alitajuisesti tiettyyn merkkiin, esimerkiksi kirkuvan punainen auto sulavalla muotokielellä luo automaattisesti mielikuvan Ferrarista. Samoin tietynlainen kuvasto ohjaa ihmisiä ajattelemaan tietynlaisia brändejä ja tuotemerkkejä. Terveysalan kuvastoon usein liitetään luonto, hymyilevät ihmiset ja symboliikka antiikin Kreikasta (The Visual Communication Guy. 12.10.2017 (luettu 29.3.2018)).

4.2 Asiakasystävällisen verkkosivun suunnittelu

Web design eli verkkosivusuunnittelu on trendien mukaan elävää muotoilua, ja siitä ei löydy ajankohtaisia kirjoja, sillä kaikki kirjoista löydettävä tieto on jo vanhentunutta kirjan ilmestyessä. Aihe on erittäin ajankohtainen, sillä nykyään oppilaitoksissa ja yrityksissä siirrytään yhä enemmän ja enemmän digitaaliseen sisältöön jakeluun, tiedon jakamisen helppouden takia. Verkkosivutrendit vaihtuvat nopeaan tahtiin, ja parhaan informaation löytääkin alan artikkeleista ja blogeista. Verkkosivun suunnitteluun liittyy graafisen ilmeen ja brändiajatuksen lisäksi vahvasti myös palvelumuotoilu. Sivuston tulisi olla helposti selattavissa ja käyttäjäystävällinen.

Opinnäytetyöni verkkosivun kohderyhmänä markkinointiajatuksella on sekä Business to Business sekä Business to Consumer-asiakkaat. Erityisen tärkeää kaupallisessa sivustossa on herättää mielikuvaa luotettavana kumppanina. Tässä auttavat mm. henkilöbrändääminen, ulkopuoliset sertifikaatit ja kommunikaation mahdollistaminen ja ylläpitäminen. (Verkkokauppaopas 2015, Anders Innovations Oy)

Henkilöbrändääminen tarkoittaa, että yritykselle tuodaan julkiset kasvot yrityksen asiantuntijoista. Tällöin asioidessa asiakkaalle tulee tuttuuden ja turvallisuuden tunne, sillä asiakas on todennäköisesti nähnyt henkilön kuvan aiemmin ja osaa yhdistää nimen ja kasvot oikeaan henkilöön. Sivustollani se näkyy henkilöesittelynä ja asiantuntijakuvina. Tällä konkretisoin, että projektin takana on oikeita ihmisiä. (Verkkokauppaopas 2015, Anders Innovations Oy)

Sertifikaatit tulevat aina ulkopuolisilta tahoilta ja ovat niin sanottuja laatumerkkejä, jotka verkkosivuilla näkyessään osoittavat vierailijoille, että jokin ulkopuolinen taho on tarkastanut ja hyväksynyt yrityksen toiminnan. (Verkkokauppaopas 2015, Anders Innovations Oy) Tästä esimerkkinä AAA-sertifikaatti, joka ilmaisee asiakkaan luottoluokitusta tarkastelemalla yrityksen talouden tunnuslukuja, mahdollista positiivista taustaa ja maksukäyttäytymistä sekä yritystoiminnan volyymia. ([Bisnode,Finland](#)) Meillä ei valitettavasti ole mahdollisuutta hankkia sertifikaatteja sivustolle, sillä kyseessä ei ole oikea yritys.

Tärkeä luottamuksenluomisen osa on yhteydenpito ja palautteen antamisen mahdollisuus. Verkkosivuilla tulisi olla selkeästi esillä yrityksen yhteystiedot ja kaikki erimahdollisuudet ottaa yhteyttä esim. sähköposti, osoite, puhelinnumerot, sosiaalinen media ja vaikkapa yhteydenotto- ja palautelomake. (Verkkokauppaopas 2015, Anders Innovations Oy) Asiakkaan yhteydenottoihin tulee aina vastata mahdollisimman nopeasti. Yrityksen tarina auttaa myös luotettavan kuvan luomisessa. Tarkoituksena on luoda kuva, ettei yrityksellä ole salattavaa. Terveysinnovaatiostudion Ota yhteyttä -sivulle tulee palautelomake ja ainakin Ilkka Kettusen ja Päivi Eriksonin yhteystiedot.

Verkkosivun ulkoasussa täytyy löytää tasapaino käytettävyyden ja visuaalisen ilmeen välille. Vierailijan tarpeita ei palvele kaunis sivusto, jota on hankalaa käyttää, ja ankea mutta toimiva sivusto saa asiakkaan poistumaan sivulta tutkimisen sijaan. Siksi valitsin sivustolle tunnistettavan rakenteen ja teemapohjan.

5. Terveysfiction

Opinnäytetyöni tutkii tulevaisuutta designin ja terveydenhuollon suhteessa visuaalisesti. Tulevaisuus on tietysti vielä hämärän peitossa, mutta ihmiskunta on jo kauan visualisoinut tulevaisuutta satojen, jopa tuhansien vuosien päähän erilaisissa medioissa. Siksi päätin käyttäväni näitä tulevaisuuden visiointeja, science fiction-elokuvia, tv-sarjoja ja pelejä tiedon hankintaan. Tosin monet näistä medioista ennustavat niin kauas tulevaisuuteen, että visuaalinen ilme on hyväksyttävää nykypäivän kansalaisille vain näissä visioissa eikä todellisessa elämässä.

Kuitenkin kukin teos edustaa oman aikansa henkeä, ja niitä rajoittaa aikansa näkemys tulevaisuudesta, eli tekijät ovat vain ihmisiä, jotka eivät välttämättä osaa vielä kuvitellakaan teknologian ja muotoilun kehitysmuutosta. Löysin onneksi muutaman hyvän referenssin, joiden aikajana voisi edustaa melko lailla meidän lähitulevaisuuttamme ulkoasullisen uskottavuuden rajoissa.

Terveydenhuollon ilme tällä hetkellä:

KYS- Pohjoissavon Sairaanhoidopiiri, <https://www.psshpi.fi/>

Ilme on valoisa ja pääväreinä valkoinen ja taivaan sininen. Tunnelma on rauhallinen ja luottamusta herättävä. Tehosteväreinä ovat punainen ja keltainen. Keltainen esiintyy lähinnä Kuopion yliopistollisen sairaalan logossa, mutta punainen on myös ensihoidon ja hätänumeron tehostevärinä. Sivuston layout on informatiivinen, ja etusivua rullaamalla löytää tietoa yhtä helposti kuin navigaatiovalikoista. Muotokieli on

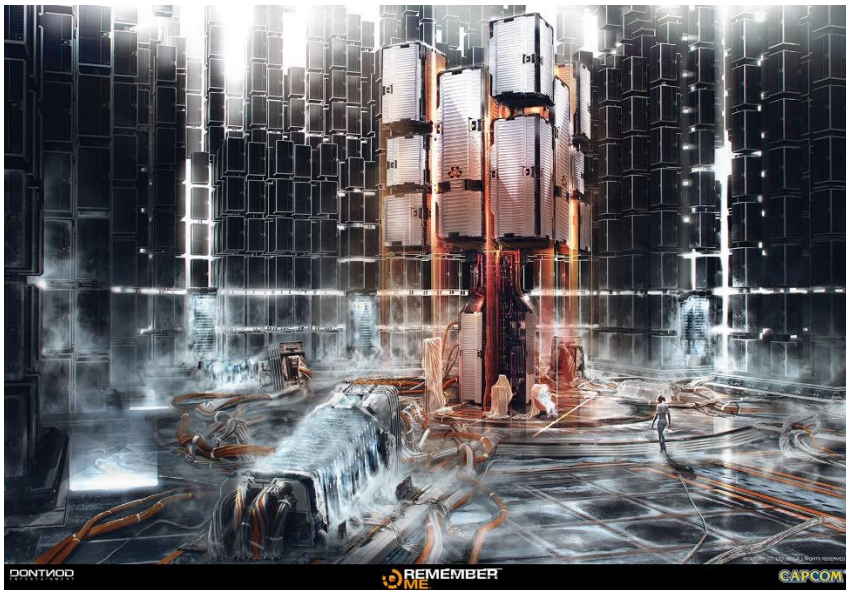
kulmikas ja kliininen, mutta tunnelma on silti pehmeä graafisten elementtien ja fonttivalinnan kautta. näin sairaala ei näytä pelottavalta.

Katso myös kohdasta sivureferenssit HUS.

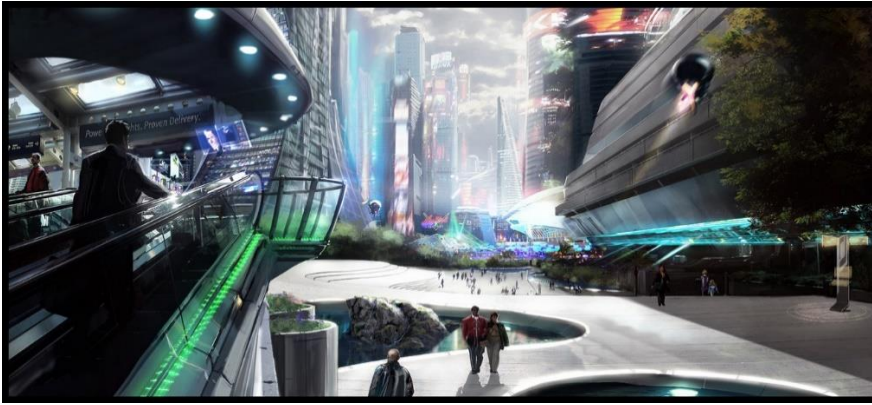
Pääreferenssini terveydenhuollon tulevaisuuskuvaan tässä opinnäytetyössä on Capcomin konsolipeli Remember Me, joka sijoittuu ajallisesti vuoden 2084 kaupunkiin Neo-Paris. Pelin tarinallisena pääelementtinä on muistojen ulkoinen tallennusteknologia ja sen aiheuttaman seuraukset yhteiskunnallisessa rappeutumisessa. Jo itse muistinkäsittely aiheena sivuaa terveydenhuollon osa-aluetta, mutta tärkein asia opinnäytetyöni kannalta on se, kuinka terveydenhuollon välineet, tilat ja hoitohenkilökunnan asusteet ovat esitetty visuaalisesti.



Kuva 3 Promotionaalinen kuva pelistä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)



Kuva 4 Kuva 5 H3O -serverihuone pelistä Remember Me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)



Kuva 5 Neo-Paris kaupunkikuva pelissä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)



Kuva 6 Neo-Prisin muotia pelistä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)

Pelin yleinen design-ilme korostaa tulevaisuuden pukeutumisessa rohkeita linjoja ja geometrisiä muotoja. Perinteistä arkkitehtuuria ja vaatesuunnittelua leikkaavat voimakkaat diagonaalit, jotka luovat yhtenäisyyttä koko pelin ulkonäköön. Ympäristö ja ihmisten vaatetus kuitenkin hyödyntävät tiettyjä tunnistettavia elementtejä, joilla kytketään tarinaa nyky-yhteiskunnan mahdolliseksi tulevaisuudeksi (esimerkiksi puvun takkien klassinen hartialinja, kampaukset, Eiffel -torni, riemukaari, jne.). Terveystenhoidon esittämisessä tärkeimpiä elementtejä ovat värimaailman säilyttäminen tunnistettavana sekä oikeiden muotojen ja materiaalien valinta.

Väreiksi ovat valikoituneet sairaalan vaalean vihreä sekä valkoinen, jotka yhdistävät ajatukset automaattisesti terveydenhuoltoon. Myös pintojen muodoissa on käytetty paljon käytännöllisiä kulmikkaita leikkauksia ja diagonaaleja. Materiaalit näyttävät ”liukkailta”, helposti puhdistettavilta ja hygieenisiltä. Kalusteissa painotetaan sekä potilaan lepoergonomiaa että lääkärin työergonomiaa. Tiloissa on paljon lasia

ja läpinäkyviä näyttöjä. 90 asteen kulmia on vähän. Kulmat ovat yleensä leikattu viisteellä ja tuloksena on monikulmioita neliöiden sijaan.



Kuva 7 Ylilääkärin konseptisuunnitelma muistonryöstökohtaukseen (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)

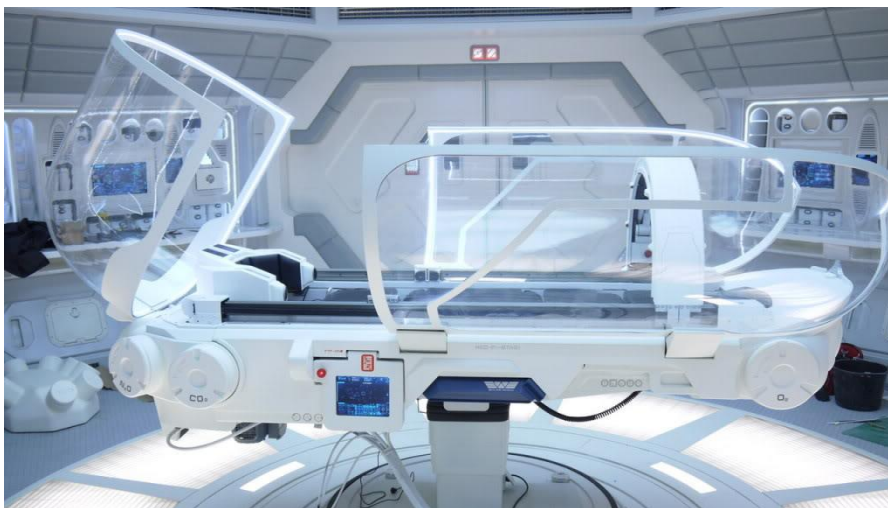


Kuva 8 Vankisairaalan koehenkilöiden designkonsepti (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)



Kuva 9 Pysäytyskuva pelin kohtauksesta, jossa muunnellaan muistoa kohtauksesta sairaalassa (Capcom and Dontnod 2013. *The Art Of Remember Me*. Dark Horse Books)

Toinen hyvä referenssi Science-fiction -terveydenhuollosta on Alien: Prometheus -elokuvassa esiintynyt MedPod ja avaruusaluksen terveydenhuolto-osasto. Siellä värit ovat puhtaita valkoisia ja harmaita. Medpod itsessään on kapselimaisen mallinen ja ironisesti muistuttaa muodoltaan xenomorphin päätä, mutta huoneen arkkitehtuurissa toistuvat katkaistut kulmat ja diagonaalilinjat. (Alien: Prometheus 2012. John Spaihts, Damon Lindelof. Ohjaaja Ridley Scott. Tuotantomaa: Yhdysvallat, Yhdistyneet kansakunnat. Tuottaja Scott Free Productions, Brandywine Productions, Dune Entertainment. 124min.)



Kuva 10 Med Pod elokuvasta Alien:Prometheus (Alien: Prometheus 2012. John Spaihts, Damon Lindelof. Ohjaaja Ridley Scott. Tuotantomaa: Yhdysvallat, Yhdistyneet kansakunnat. Tuottaja Scott Free Productions, Brandywine Productions, Dune Entertainment. 124min.)

Terveydenhuoltokapseli esiintyy myös Matt Damonin tähdittämässä elokuvassa Elysium (2013). Sen malli on avonaisempi ja luottaa pyöreisiin muotoihin ja valoraitoihin. Geometrinen muotoilu on tässäkin tapauksessa tärkeä elementti. Avaruusaseman arkkitehtuuri kokonaisuutenaan on pyöreämpi kuin muissa esimerkeissä, mutta sama suurilinjaisuus ja halkovat diagonaalit ovat silti nähtävissä. (Elysium. 2013. Neill Blomkamp. Neill Blomkamp. Yhdysvallat: Bill Block, Neill Blomkamp, Simon Kinberg. 109min.)



Kuva 11 MedBay elokuvasta Elysium (Elysium. 2013. Neill Blomkamp. Neill Blomkamp. Yhdysvallat: Bill Block, Neill Blomkamp, Simon Kinberg. 109min.)

Suorat linjat ja leikkaavat diagonaalit ovat inspiroineet minua erityisesti logon ja graafisen ilmeen luonnosteluvaiheessa. Halusin luoda logoon jonkin grafiikassa toistettavan elementin.

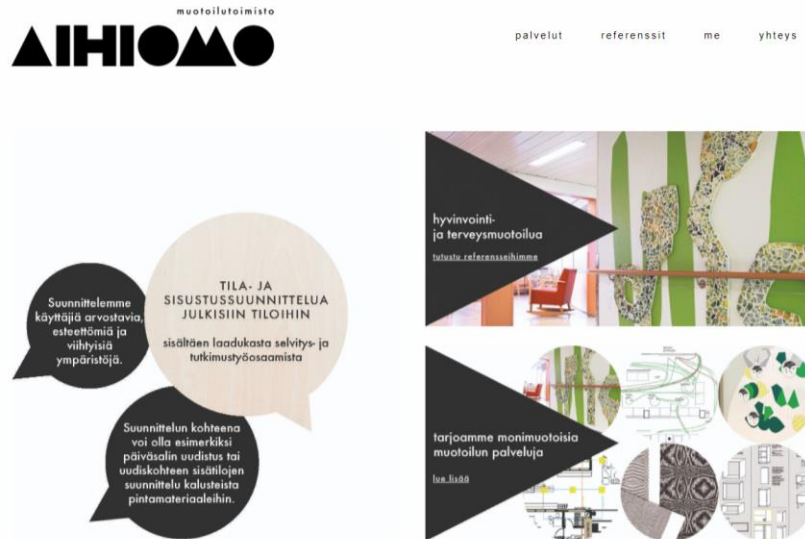
6. Sivureferenssejä verkkosivusuunnittelun pohjalle

6.1 Terveysmuotoilun referenssejä

Terveysmuotoilu on vasta rantautumassa Suomeen pohjautuen faktaan, että sanoilla terveysinnovaatio ja terveismuotoilu tehdyt googlehaut eivät tuota tuloksia suomalaisista yrityksistä. Toki monet muutkin yritykset tekevät terveydenhuoltoon muotoilua, mutta varsinainen terveyteen erikoistunut muotoiluyritys puuttuu.

Terveismuotoilua löytyy lähinnä yliiminkiläisen AIHIOMO-muotoilustudion työlistalta. Heidän referensseistään löytyy mm. tilataidetta muistisairaalan liikkumisen tueksi ja havainnointitutkimusta Oulun lasten ja naisten sairaalan hankkeessa. Samankaltaiset projektit voisivat olla mahdollisesti myös hyviä referenssejä Terveisinnovaatiostudion projekteiksi tulevaisuudessa.

Aihiomon visuaalinen ilme luottaa yksinkertaiseen värimaailmaan, mustan ja valkoisen kontrastiin korostettuina pelkistetyillä, käsin piirretyn näköisillä graafisilla elementeillä. Värejä varsinaisessa sivugrafiikassa on erittäin vähän, mutta melkein kaikki referenssi- ja projektikuvat sisältävät vihreitä elementtejä, jotka täydentävät visuaalista ilmettä. Omassa työssäni voisin hyödyntää samankaltaista ajatusta värimaailman yksinkertaistamisesta. Olen siis harkinnut mustavalkoisia kuvia, ja väri sivuille tulisi korostusvärillä sivun elementeissä. (Muotoilutoimisto Aihiomo < <http://aihiomo.fi/> > (8.2.1018).)



Kuva 12 Ruutukaappaus muotoilutoimisto Ahiomon verkkosivun etusivulta (Muotoilutoimisto Ahiomo < <http://aihiomo.fi>> (8.2.2018))

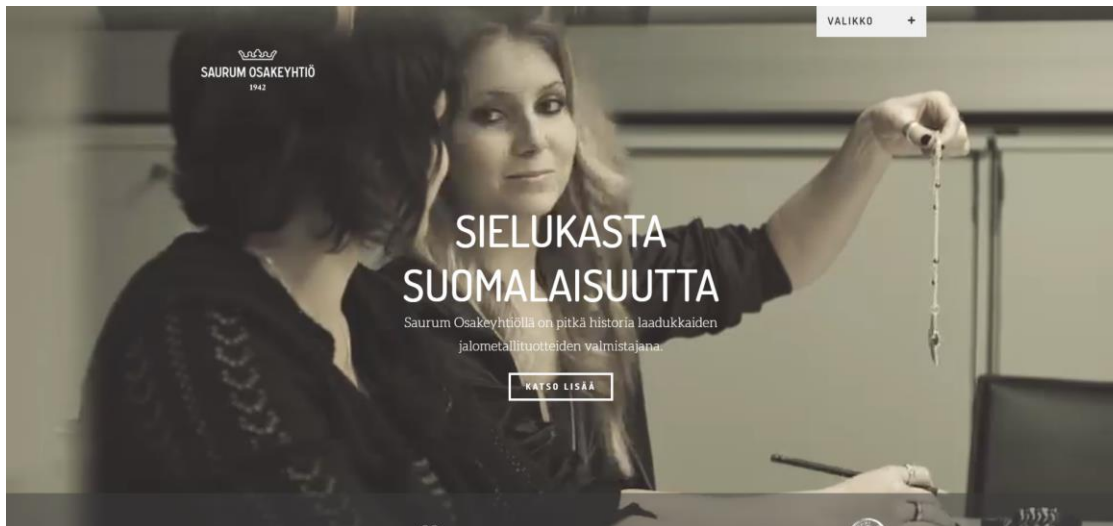
Lisäksi Helsingistä löytyy Health Innovation Village, joka ei ole yksittäinen yritys vaan kokoelma start-up yrityksiä, joiden yhteisenä kohteena on edistää terveyttä kokonaisuutena omilla innovaatioillaan.

Ouluun on perustettu vuonna 2014 Health Innovation Academy Oy, joka taas kouluttaa terveystalan ammattilaisia terveysinnovaatio -ajatteluun ja terveydenhuollon kehittämiseen, mutta heiltä puuttuu muotoilijan näkökulma.

6.2 Ulkoasureferenssejä verkkosivulle.

Lähdin etsimään referensseiksi sivustoja, joilla olisi työssäni hyödynnettäviä elementtejä ja jotka suomalaiset kokisivat omikseen. Tämän takia hain nimenomaan suomalaisia sivustoja sekä muotoilun että terveydenhoidon alalta.

Saurum OY,
<http://www.saurum.fi/fi>

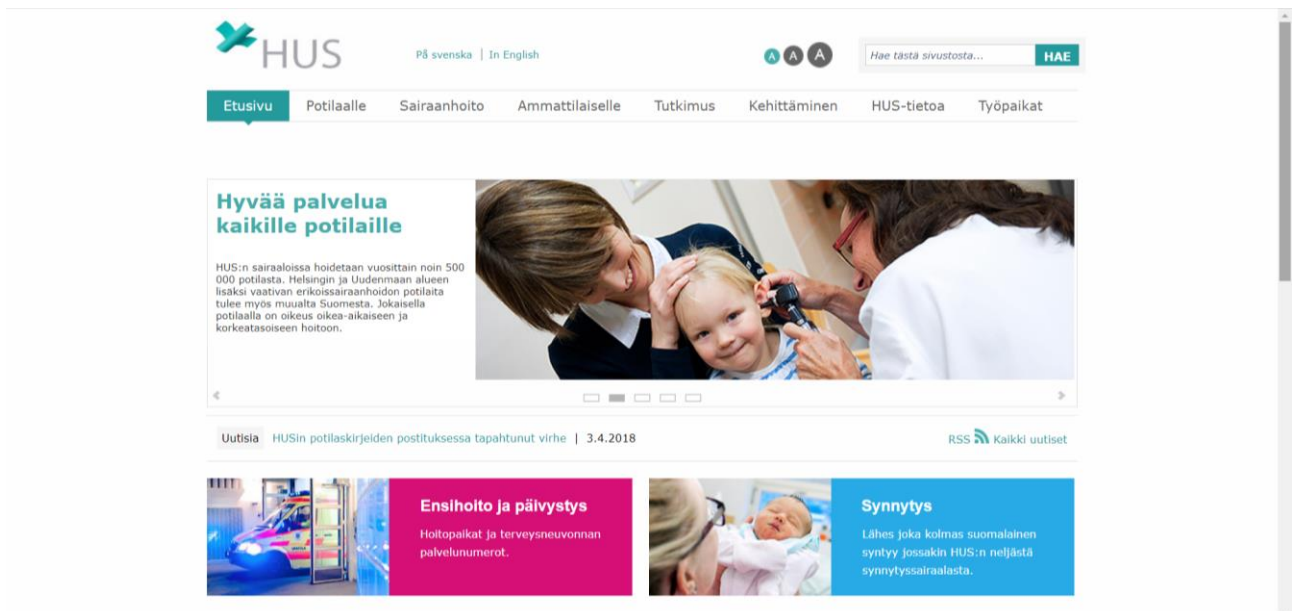


Kuva 13 Ruutukaappaus saurum Oy:n etusivulta (Ad Kiwi, Saurum Osaakeyhtiö <http://www.saurum.fi/fi/yritys/tutustu_tekijoihin/> (7.2.2018))

Tunteita herättävä esitysratkaisu etusivun videolla luo tuntua nostalgiasta ja aidosta käsintekemisestä. Tekijät on esitelty tehokkaasti yrityssivulla kuvien kera, ja tämä tuo kuvaa luotettavuudesta. Tunteiden herättäminen värivalinnoilla ja videolla on hyvä idea poimittavaksi omien verkkosivujen suunnitteluun, tosin Terveysinnovaatiostudion värit voisivat tuoda kuvaa tulevaisuudesta eikä perinteistä ja menneisyydestä kuten Saurumilla.

HUS- Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri

<http://www.hus.fi/Sivut/default.aspx>



Kuva 14 Ruutukaappaus Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiirin etusivulta (HUS- Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri <<http://www.hus.fi/Sivut/default.aspx>>(7.2.2018))

Valkoinen värimaailma ja kylmä vaalean vihreä tehosteväriä edustavat heti terveydenhuoltoa ja sairaalaa. Etusivuille on nostettu luottamusta herättävä mainoskaruselli HUS-sairaaloiden tutkimuksista ja edistyksestä. Valikoissa on selkeästi omat osiot sivuston eri käyttäjille: Potilaalle, Ammattilaiselle, Tutkimus, jne. Kuinka saman tunnelman saisi uudistettua Terveysinnovaatiostudion sivuille?

Finland Health- Health Innovation Village

<http://www.finlandhealth.fi/-/health-innovation-village>



Kuva 15 Ruutu kaappaus Finland Health -Health Innovation Village sivulta (Finland Health- Health Innovation Village <<http://www.finlandhealth.fi/-/health-innovation-village>> (8.2.2018)

Finland Health luottaa värimaailmassaan Suomen lipun väreihin, siniseen ja valkoiseen. Asettelu on yksinkertainen: ylävalikko, näyttävä Header-kuva ja yksinkertainen tekstipalsta erittäin lyhyellä sivupalkilla. Tekstipalstan alla on pari aiheeseen liittyvää nostoa. Kuvavalinta on erikoinen, sillä siinä on selvästi paljon ihmisiä, Health Innovation Villagen yritysten työntekijöitä, mutta koko kuvassa näkyy vain kahdet kasvot ja nekin eivät kokonaan. Muut ihmiset ovat osittaisina kuvan takana. Tilanne on tavallaan työkuvaus, ja nappaa hetken jonkin yrityksen kokouksesta ja toiminnasta. Vaikutelma on silti ammattimainen. Tämä on seikka, jota haluaisin tuoda myös terveysinnovaatiostudion sivuille. Sivustolla saisi näkyä tekemisen meininki, mutta tyyliä ammattimaisesti.

7. Graafinen ilme

Viitaten aiemmin mainitsemaani muotoilustudio Ahiomon visuaaliseen ilmeeseen lähdin hakemaan studiolleni yksinkertaisilla väreillä ryhdyttyä ulkoasuun. Halusin kuitenkin omasta studiostani näyttävämmän ja tulevaisuushenkisemmän.

Suunnittelua hankaloitti Wordpress -alustan rajoitukset ja etukäteen valittu teema. Minulla ei ollut niin paljon vapauksia villimmän ja futuristisemmän ulkoasun suunnitteluun kuin vapaasti valitulla teemalla. Toisaalta tämä säästi aikaa teeman etsimiseltä ja antoi kehykset omalle suunnitteluprosessilleni. Teema valikoitui myös sivun käytettävyyden takia. Liian futuristisen sivun käyttöliittymä voi saada kävijän keskittymään vain ulkoasuun ja vierastamaan sivun varsinaista sanomaa eikä ns. ”osto- tai yhteydenottopäätöstä” synny. Siksi graafisesti futuristinen ulkoasu tutussa kuoressa tukee terveysinnovaatiostudion tarpeita enemmän.

7.1 Moodboard

Tätä varten lähdin työstämään mielikuva -moodboardia omien ajatuksieni ja käsitysteni perusteella: Miltä terveysinnovaatiostudion tulisi näyttää, kuulostaa, tuntua tai maistua? Mielestäni Terveysinnovaatiostudio kaipaa raikasta väriä. Väreiksi mietin ensin perinteistä sairaalan vihreää, mutta sitten päätinkin valita lämpimämmän vihreän tuomaan uutta kasvua terveysmuotoiluun. Kavereikseen vihreä sai shokkiväreiksi liikettä ilmaisevan oranssin ja lämpimän keltaisen.

TI-Studio on samaan aikaan hallittu ja ammattimainen kokonaisuus, joka kuitenkin saa räiskyä uusilla ideoilla. Verkkosivun perusmuotoa rikotaan diagonaaleilla ja kuusikulmioiden linjoilla. Design sivustolla on ilmeikästä ja ihmisläheistä, kuitenkin mukaillen tulevaisuuden teknologiaa. Ilmeen tulisi olla käsinkosketeltava tämän päivän ihmiselle, mutta silti eteenpäin vievällä katseella ryhdytettynä.



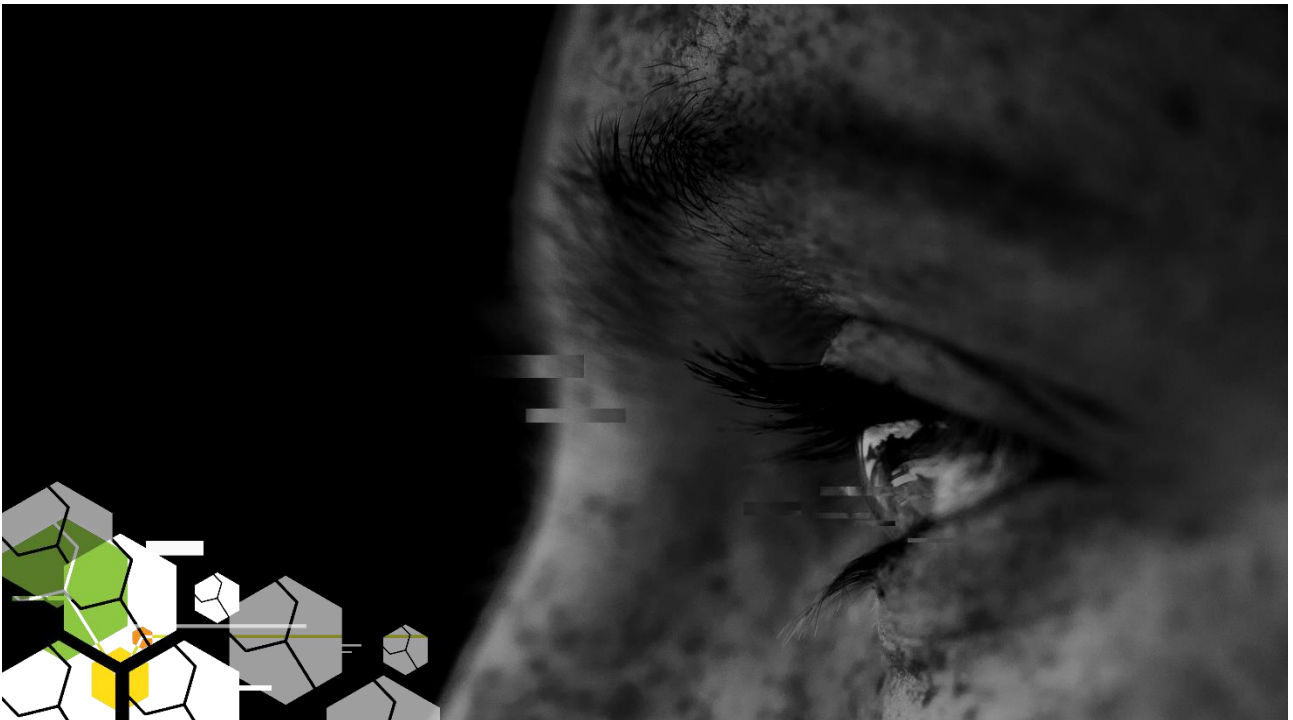
Kuva 16 Terveysinovaatiostudion ilme koostuu tehokkaista muodoista, ammattimaisesta järjestyksestä ja raikkaista väreistä.

Studion otsakekuvat ovat kaikki lähes mustavalkoisia, jotta jokaisella sivulla säilyisi sama tunnelma. Mietin myös, kuinka esim. etusivun kuvaan saisi lisää scifi-henkeä, ja tein useita kokeiluja kuusikulmiomuodoilla ja niin sanotulla glitch- efektillä, joilla toisin valokuvat tulevaisuuden digiaikaan. Pohjakokeiluihin käytin CC0-lisensoitua stock-kuvaa sivustolta <https://unsplash.com/>

Silmä-kuva valikoitui esimerkiksi inspiroituneena Oulun Health Innovation Academy Oy:n sivustosta. Paras tilanne olisi, jos ehtisimme tuottaa itse yhtä tunnelmallista ja osuvaa materiaalia.



Kuva 17 Alkuperäinen kuva (Christopher Burns, 6.12.2027, Unsplash -Photos for everyone, <<https://unsplash.com/>> (27.2.2018))



Kuva 18 Glitch-versio 1

Header -alueelle tuleva kuva on tavallaan koko sivuston tärkein kuva, sillä sen ensivaikutelman perusteella ihminen päättää, jatkaako hän sivuston selailua vai siirtyykö hän toiselle sivustolle.

Lähdin miettimään, kuinka ”rikkoa” valittua kuvaa niin, että sen tunnelataus ja vangitsevuus säilyy. Terveysinnovaatiostudio tähtää tulevaisuuteen, ja tulevaisuus terveyden hoidossa että muotoilussa on digitaalisessa maailmassa ja teknologiassa. Siksi halusin luoda niin sanotun glitch-efektin eli kuva särkyä kuin digitaalisen virheen seurauksena. Ei siksi, että tulevaisuuden teknologia olisi viallista vaan siksi, että Terveysinnovaatiostudion innovaatiot räiskyvät perinteisen ajattelun yli tulevaisuuden tavalla, eli särkyneen kuvan palaset edustavat näitä innovaatioeroja digitaalisessa maailmassa.



Kuva 19 Glitch-versio 2

Pitkään olin sen kannalla, että etusivun kuvan tulisi olla kokonaan mustavalkoinen muiden mustavalkokuvien rinnalla, mutta totesin kuvan olevan liian suoralinjainen ja tylsä, että päätin rikkoa sitä vielä lisää aiemmin mainituilla diagonaalilinoilla. Näissä linjoissa tai pikemminkin kaarissa käytin logon ja muun visuaalisen ilmeen värejä sitomaan kuvan muuhun värimaailmaan. Kaarista tuli ikään kuin tulevaisuuden terveystieteiden ”uudet tuulet”, jotka pyyhkäisevät katsojan ja kuvan henkilön katseeseen uuteen aikaan. Parempi olisi vielä ollut, jos kuvan henkilö katsoisi vasemmalta oikealle, mutta Header - kuvan päälle tulevan tekstin takia katse joutuu olemaan oikealta vasemmalle. Näin kuvan ja värielementtien tasapaino säilyy paremmin ja kuva on vakaampi.

Sain myös positiivista palautetta kuvasta projektin johdolta. Värien kanssa kuva tukee paremmin väriteemaa ja on energisempi ja dynaamisempi kuin aiemmat.



Kuva 20 Glitch- versio, johon on lisätty terveysinnovaation "uudet tuulet"

Sivun muiden graafisten elementtien halusin mukailevan logon muotokieltä. Halusin myös luoda yllättäviä ja yksinkertaisia elementtejä, jotka rikkoisivat sivun systemaattista laatikkokaavaa rytmityksellä ja diagonaaleilla scifi-hengen ylläpitämiseksi. Yleisesti geometriset kuusikulmiot ja niitä halkovat linjat tuovat ilmeeseen dynaamisuutta graafiseen ilmeeseen. Samalla sivusto olisi enemmän muotoilustudion sivusto kuin terveysalan tyypillinen sivusto (kats. sivureferenssit ([linkki blogisivulle](#)) ja terveysfiction ([linkki blogisivulle](#))).

Etusivun sivurakenne mukautui valittuun Wordpress -teemaan, Business Pron valmiita ominaisuuksia hyödyntäen. Nykyinen etusivu muistuttaa enemmän laskeutumissivua, jollaisella houkutellaan sivun vierailijaa syvemmälle sivulle ja lopulta tekemään ostopäätöksen.



TERVETULOA TERVEYSINNOVAATIOSTUDIOON!

Kansainvälinen innovaatiostudio (ITS) on monitieteinen tutkimuskeskus ja taloudellinen yritys, joka muotoilee menestyksekkäitä terveys- ja hyvinvointialan tulevaisuutta Suomessa ja maailmalla. ITS tuo yhteen muotoilun, kauppatieteiden, lääketieteen ja sosiaali- ja terveysalan asiantuntijoita ja osakkeita.

REFERENSsit

Keskityimme ongelmiin käyttäjäkohtaisesti ja tuotimme ratkaisuja sinun tarpeisiisi.



LANTI

Lanti: shopping glasses are served for exhausted ...

[Lue lisää](#)



HEALTH ACCELERATOR

Terveyskiihdyttävä Health Accelerator -ohjelma ...

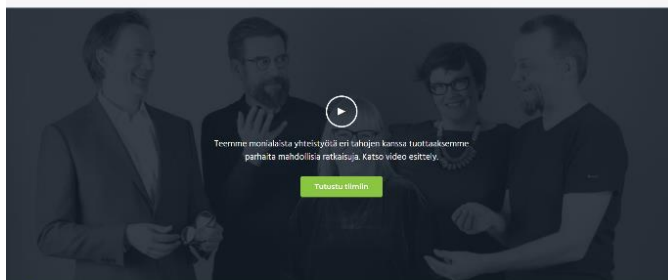
[Lue lisää](#)



PROJECT J

Terveyskiihdyttävä Health Accelerator -ohjelma ...

[Lue lisää](#)



TERVEYTTÄ INNOVOIMASSA

Lue viimeisin blogi julkaisu: terveyden ja muotoilun ajankohtaisista aiheista:



Kuva 21 Suunnitelma etusivun lopullisesta asettelusta.

Myös raporttistani tuli hiukan erikoinen ja kaavasta poikkeava, sillä se on sisällytetty tekemälleni verkkosivulle. Tämän vuoksi myös raporttini sisältö ja rakenne tuli sovittaa verkkosivun tyyliin artikkelikuvien ja kuva gallerioiden kautta niin, että muotoilut säilyvät samana kuin muuallakin verkkosivulla. Esimerkiksi käytin raportissa samaa galleria-lisäosaa kuin Tiimi -sivustolla. Myös moodboard- ja benchmarking -asettelu ovat tehty tukemaan sivuston yleistä muotokieltä.

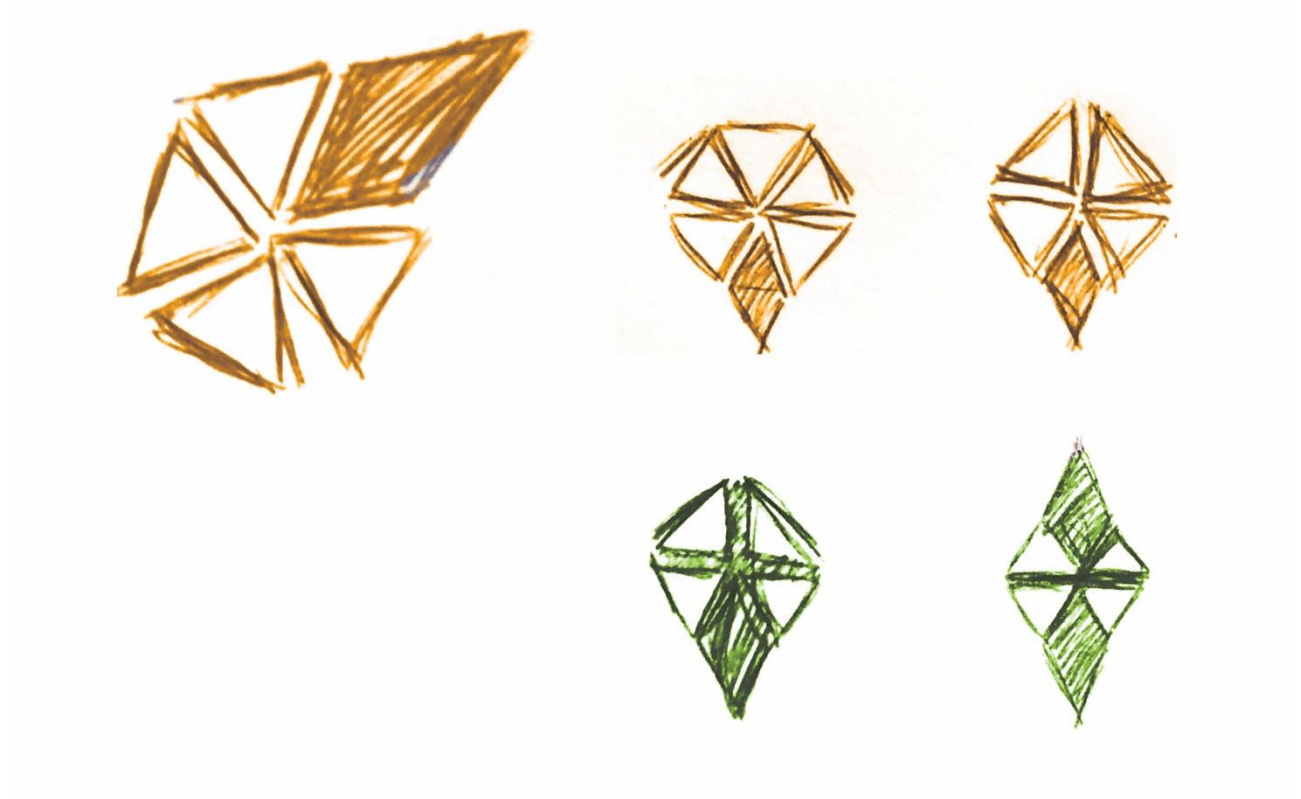
Graafinen ilme joutui valitettavasti värillä taipumaan myös mobiiliselattavuuden kanssa. Header-kuvat eivät näy kokonaisena mobiilissa, mutta fontit ja yleisilme säilyvät samoina. Myös responsiivinen kuvakaruselli käyttäytyy kauniisti mobiilissa.

Lisäksi rajoittavia tekijöitä ovat käytettävyys ja päivitettävyys. Harkitsin laittavani kuvat sivuille kuusikulmion muotoisiin kehyksiin, jota klikkaamalla pääsee näkemään täysikokoisen kuvan. Ongelmaksi kuitenkin muodostui päivitettävyys. Jos sivuille haluaisi lisätä kuvia, jokaisesta kuvasta tulisi ladata kaksi versiota, toinen kuusikulmiossa ja toinen täysikokoisena. Tämä kuitenkin vie tilaa palvelimelta ja aiheuttaa lisätyötä rajauksen ja linkityksen kanssa. Lisäksi jatkossa sivua päivittävät eri ihmiset, joten sisällön syötön tulee olla mahdollisimman helppoa ja yksinkertaista.

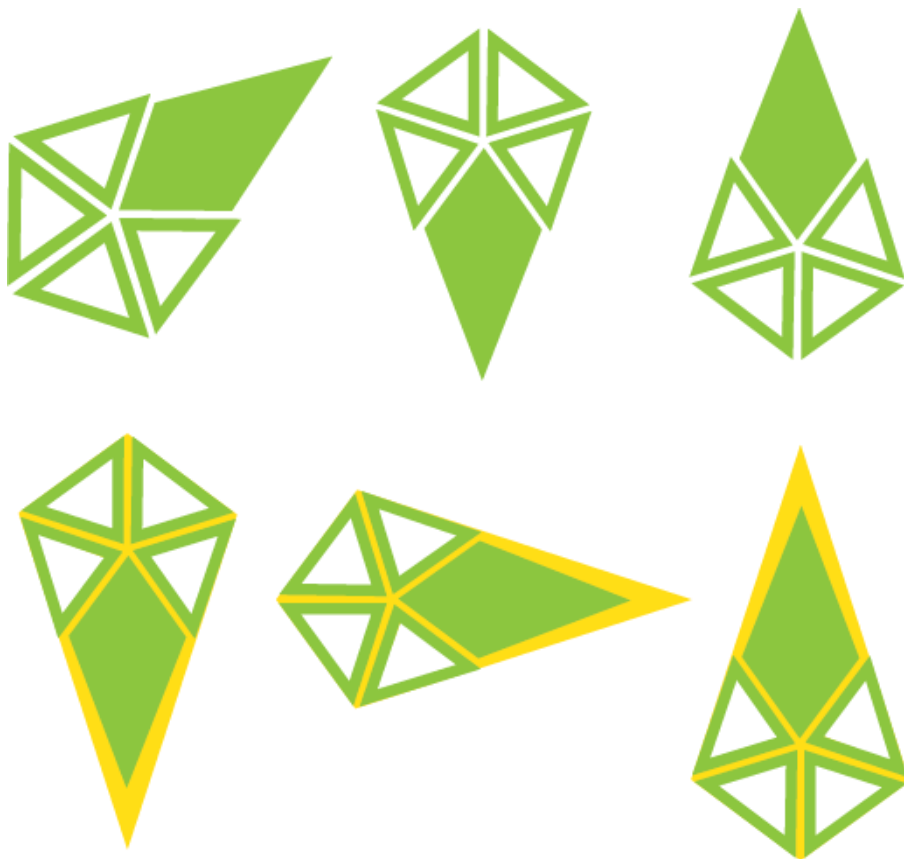
8. Logon ideointi

Logon mielikuvassa on haettu tulevaisuuteen tähtäämistä ja positiivista energiaa sekä muodoilla että värivalinnoilla. Muotokieltä olen hakenut tulevaisuutta kuvaavia medioita ja scifi -referenssejä tutkien. Logon tulisi olla dynaaminen, yksinkertainen ja tuoda jotain uutta säilyttäen uskottavuuden nykypäivän kuluttajalle mutta kuitenkin tuoden ajatuksen: "Tämä on tulevaisuutta". Kuitenkin logossa tulisi keskittyä enemmän luomaan kuvaa design-toimistosta kuin terveydenhuollon alaisesta yrityksestä.

Alun perin lähdin tutkimaan logoideoita geometrysten muotojen summana. TIS on projekti, joka kokoaa eri alojen osaajia ja luo täysin uuden ulottuvuuden terveydenhuollon ja suunnittelustudioiden alalle. Halusin saman näkyvän myös logossa. Halusin myös muodon, jota on helppo monistaa muihin graafisiin elementteihin.



Kuva 22 Ensimmäiset logoideoinnit



Kuva 23 Jatkoluonnoksia ensimmäisistä logoista

Nämä mallit vaikuttivat kuitenkin kovin levottomilta, ja kolmio itsessään on hiukan epävaka, jos se ei ole tasasivuinen. Tasasivuisien kolmioiden pyörittelystä sainkin jatkoidean kuusikulmiosta, joka on kohtuullisen yleinen teknologiaa ja toiminnallisuutta kuvaava elementti science fiction -visualisoinneissa.

Kuusikulmio ilmaisee usein kilpeä ja suojelua sci-fi -materiaalissa. Esimerkkinä peli Horizon Zero Dawn, jossa erikoishaarniskan suojaus ilmaistaan kimmeltävillä kuusikulmioilla. Terveystenhoito itsessään on ihmisten suojaamista ja parantamista, joten mielestäni kuusikulmio on hyvä symboli tulevaisuuden terveystenhoitoa edistävälle ja suunnittelevalle hankkeelle. Kuusikulmio on myös toistuva muoto mm. Mass effect -pelisarjassa miehistön jäsenen Mirandan asussa. Myös tässä asussa se esiintyy suojaavana vaatteena ja uniformuna.



Kuva 7 Päähenkilö Aloy pelistä Horizon Zero Dawn yllään pelin erikoishaarniska Shield Weaver (Horizon Zero Dawn 2017, Sony Interactive Entertainment.
Kuva: Zoe Delahunty-Light, 6.3.2017, How to get [Horizon Zero Dawns secret armor that makes Aloy almost invincible](#), <gamesradar.com>(14.3.2018))

Kuva 24 Miranda Lawson pelistä Mass Effect 2. (Mass Effect 2, 2009. BioWare and Electronic Arts, Yhdysvallat. Kuva: Wikipedia > Mass Effect 2, 30.10.2014. <https://en.wikipedia.org/wiki/Miranda_Lawson> (14.3.2018))

Kuusikulmio on myös hyvä lääketieteen edustaja, sillä tärkeät ihmisen aineenvaihdunnassa esiintyvät aminohapot (esim. tyrosiini) sisältävät aromaattiseksi hiilivedyksi kutsutun rakenteen. Se kuvataan kemiallisissa kaavapiirroksissa kuusikulmiorakenteena, joka on äärimmäisen vakaa. (David L. Nelson, Michael M. Cox 2018. Lehninger Principles of Biochemistry 5th Edition, W. H. Freeman)

Aromatic R Groups

Also

Hydrophobic

These amino acid side chains absorb UV light at 270-280 nm

Aromatic R groups

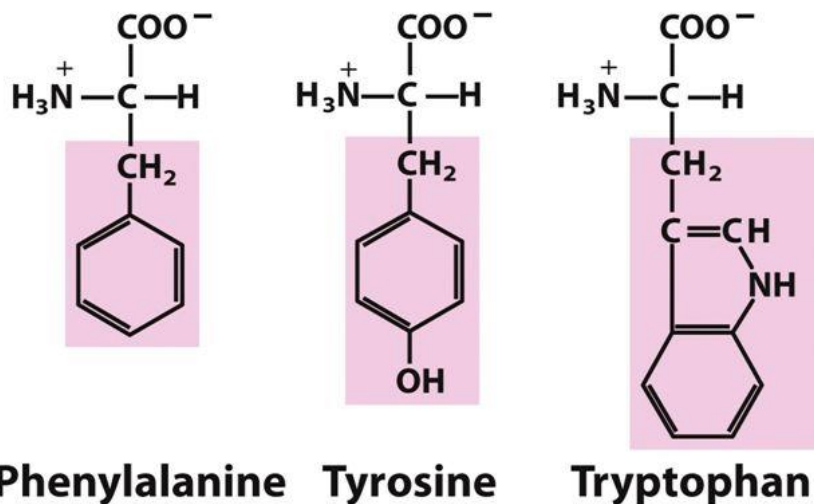


Figure 3-5 part 2
Lehninger Principles of Biochemistry, Fifth Edition
© 2008 W. H. Freeman and Company

Kuva 25 Dia 40, CHAPTER 3 Amino Acids, Peptides, Proteins Structure and naming of amino acids Structure and properties of peptides Ionization behavior of amino acids and. Slideplayer: Barrie McDaniel

Kuusikulmio usein myös mielletään laatikon isometriseksi kuvaukseksi, ja tämä näkyy monesti jo olemassa olevissa logodesigneissa ja tekstuureissa, jotka hyödyntävät muotoa huijaamaan ihmissilmää.

8.1 Benchmarking

Tein myös benchmarking -tutkimusta siitä, millaisia kuusikulmiologoja on jo olemassa:



Kuva 26 Benchmark mosaikki jo käytössä olevista kuusikulmiologoista



Kuva 27 Hexagon Board Game Café <https://www.hexagon.cafe/> (14.3.2018)



Kuva 28 Microsoft Zune (lopetti toiminnan 2012) Logo: [Wikimedia commons](#) (14.3.2018)



Kuva 29 Honeycomb Studio- Taidekeramiikkaa <https://www.honeycomb-studio.com/> (14.3.2018)



Kuva 30 Corex Honeycomb- alumiinirakenteet <https://corex-honeycomb.co.uk/> (14.3.2018)



Kuva 31 Dknight- LuxuryAccessories <https://dknightofficial.com/> (14.3.2018)



Kuva 32 Finna.fi -kirjastohakupalvelu <https://www.finna.fi/> (2.2.2018)



Kuva 33 Gameshow - Streaming Software <http://www.gameshow.net/> (14.3.2018)



Kuva 34 A Live One- band logo <https://airshp.com/portfolio/a-live-one-logo/> (14.3.2018)



N I N T E N D O
GAMECUBE™

Kuva 35 Nintendo GameCube http://nintendo.wikia.com/wiki/Nintendo_GameCube (2.2.2018)



Kuva 36 Fearless Digital- Digital Marketing <https://www.fearlessdigital.com/> (14.3.2018)



Kuva 37 iCube- Storage Cube Furniture <https://www.i-cubes.co.uk/shop> (14.3.2018)



Kuva 38 FredBoat- Discord Music Bot <https://fredboat.com/> (2.2.2018)



Kuva 39 Linkin Park- Band Logo 2017 <<https://linkinpark.com/news>> (2.2.2018)



Kuva 40 Hexagon- Social Enterprise Co.,Ltd <https://www.facebook.com/HexagonSocialEnterprise/> (14.3.2018)



LUME CUBE

Kuva 41 Lume Cube <https://www.lumecube.com/> (2.2.2018)

8.2.1 Benchmarking-haun purku

Kuusikulmio muotona ei ollut määrittelevä tekijä yrityksen toimialalle, mutta pystyin huomaamaan selkeän kuvion siinä, että moni kuusikulmiologon omaava yritys keskittyi tuomaan joko digitaalista osaamistaan tai uutta teknologiaa esille. Esimerkiksi Finna.fi on digitaalinen kirjasto ja arkisto, Nintendo ja Gameshow keskittyvät digitaalisen viihteen alalle ja Fearless Digital tarjoaa digitaalisen markkinoinnin palveluja.

Erityisesti minua kiehtoi, kuinka kuusikulmiot sopivat yhteen geometrisesti luoden eräänlaisen verkoston tai tekstuuripinnan. Tämä tavallaan istui Terveysinnovaatiostudion ajatukseen, jossa yhdistellään uudella tavalla osia eri alojen toiminnoista ja eri alojen ihmisiä projektisisällön tuottajina.



Kuva 42 Muunnelmia ensimmäisestä kuusikulmiologoideasta



Kuva 43 Graafinen kokeilu kuusikulmiologolla

Lisää logoluonnoksia



Kuva 44 Logo ehdotukset, jotka lähetin eteenpäin Terveysinnovaatiostudion johtoryhmälle

Kuvan 43 ylin ehdotus herätti itselläni eniten mielenkiintoa, koska siinä on uutuusarvoa verrattuna benchmarking-vaiheessa löydettyihin logoihin. Halkova linja erottaa ja yhdistää kaikkia kuvan kuusikulmioita ja alleviivaan TI-Studion nimen. Jälleen kerran kuusikulmioiden samansuuntaiset pinnat yhdistävät muotokieltä ja sydänekäyrää muistuttava linja yhdistää ne. Lisäksi linja irrottaa aivan uuden epätäydellisen kuusikulmion, joka voi edustaa tulevaisuuden epävarmaa osiota, jotain aivan uutta ja keskeneräistä.

Eniten palautetta sain logofontista, sillä pitkää nimeä on hankalaa lukea silloin, kun fonttityyppi on korkea ja pitkänomainen. Vaihdoin siis fonttia pyöreämpään, ja kokeilun pohjalta päädyin ikoniseen Futura-fonttiin, joka istuu projektiin jo pelkästään nimensä takia täydellisesti.



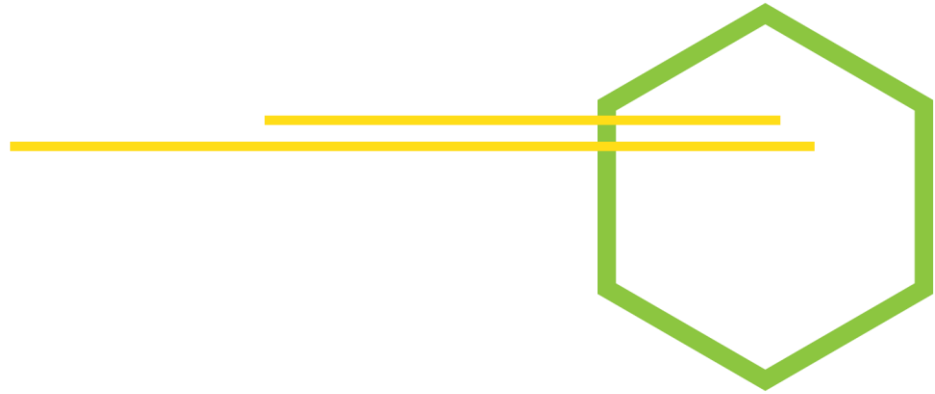
Kuva 45 Jatkokehitetty logo

Uusi fontti pehmeni muotokieltä, mutta teki tekstistä silti ”skarpimman” ja helpommin luettavan. Myös sivuston fontti Open Sans- istui paremmin Futuran kanssa. Sivuston fontteina toimivat Arial ja Helvetica paremman luettavuuden takia. Levensin myös kuvioita halkovaa viivaa, ja pienensin kuusikulmioiden välistä kokoeroa.

Mielenkiintoinen muotojen ja viivojen yhdistelmä inspiroi myös sivuston muiden graafisten elementtien luomisessa. Näissä monistin ja yhdistelin logon eri elementtejä vaakavaakasuuntaisen sivukoristeen suunnittelussa, joka näkyykin verkkosivun alaosassa himmennettynä taustakuviona.



Kuva 46 Graafinen taustaelementti logon pohjalta

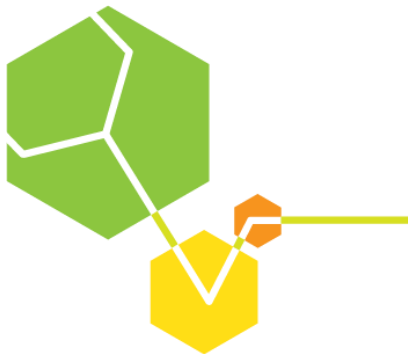


Kuva 47 Tausta etusivun blogitekstille

Logosta syntyi myös lyhennetty versio sivun nurkkaan etusivun painikkeeksi. Pitkään keskustelimme projektin lyhennimenimestä, sillä alkuperäinen lyhenne-ehdotus TIS on jo käytössä muualla, kuten mediassa Temptation Island Suomen lyhennimenä, ja saattaisi johtaa väärin miellelyhtymiin. Tämän takia TISTudio toimii paremmin.



Kuva 48 Etusivun otsikko lyhennetyllä tekstillä.



Kuva 49 Logo ilman tekstiä



Kuva 50 Logon värit ja muut sallitut versiot

9. Pohdinta

Projekti oli mielestäni kiehtova kokonaisuus, joka haastoi minua sekä teknisessä osaamisessa että suunnittelullisessa prosessissa. Tavallaan aihe ja tyyli oli erittäin vapaa, mutta samaan aikaan resurssien ja valittujen elementtien rajoittama. Kehityin verkkosivun rakentajana ja graafisen materiaalin tuottajana.

Terveysinnovaatiostudion sivuista tuli raikkaat ja tulevaisuushenkiset, kuten oli tarkoitettukin. Niiden tarkoituksenmukaisuutta on hankalaa arvioida projektin kokeellisuuden takia, mutta perusilme on myyvä ja ehdottomasti lähempänä muotoilutoimistomaista ilmettä kuin terveydenhuollon sivustoa. Silti värimaailma sopii hyvin terveysyritykselle ja luo optimistista kuvaa tulevaisuuden terveydenhuollosta.

Itse verkkosivun rakenteen kasaamisessa ei ollut suurempia ongelmia. Rakenteen mietimme jo alustavasti teeman valintavaiheessa, ja Wordpress itsessään oli minulle ennalta tuttu työskentelyalusta. Sivutilan avaamisen ja Wordpress-sivun perustamisen jälkeen suurin työ oli teeman asennus ja muokkaus Terveysinnovaatiostudiolle sopiviin tarpeisiin.

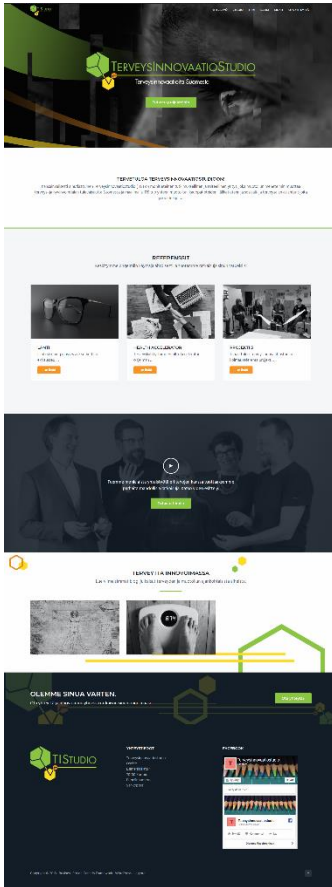
Yllättävän paljon aikaa kului nimenomaan sisällön hankintaan ja kommunikaation ylläpitämiseen sähköpostitse. Terveysinnovaatiostudio on pääasiassa Ilkka Kettusen visio ja hänen aloittamansa projekti, joten muut hallituksen tai työryhmien jäsenet eivät olleet alusta asti niin sitoutuneita projektin etenemiseen kuin minä ja yliopettaja Kettunen.

E erityisen hankalaa minun kannaltani oli, että osa alkupalaverien terveysprojekteista moni peruuntui tai jäi kesken. Lisätyötä tuotti yhden sisältöprojektin ohjaaminen itse teollisen muotoilun Tuotteistamisen kurssilla. Sillä tavalla sain edes yhden todellisen tuntuisen ja näyttävän projektin, joka istuu sivuston ulkoasuun. Tiedon ja sisältömateriaalin hankinta vei huomattavasti enemmän aikaa kuin itse graafinen suunnittelu. Harmillista on, etten tästä syystä saanut tarpeeksi sisältömateriaalia etusivujen nostosivujen viimeistelemiseksi.

Jatkokehitystä opinnäytetyölleni on hankala arvioida. Ulkoasun tulisi elää kehityssuunnan mukaan, sillä Terveysinnovaatiostudio on vielä kokeiluasteella ja se on jo itsessään yritystoiminnan kokeilukehys. Projekti itsessään jatkuu uudenlaisten projektien muodossa ja toivottavasti nämä projektit päättyisivät myös tälle verkkosivulle asti. Ehdottomasti varma jatko opinnäytetyölleni on verkkosivun käyttökoulutus

pääkäyttäjille. Voin myös tehdä muutoksia tuntityönä, jos tarve vaatii. Mielenkiintoista olisi jatkaa itse projektissa, vaikka en verkkosivun kanssa enää työskentelisikään.

(Tähän tulee verkkosivulle interaktiivinen thinglink-kuva)



Kuva 51 Lopullisen etusivun Thinglink-esittely

10. Lähteet

Alien: Prometheus 2012. John Spaihts, Damon Lindelof. Ohjaaja Ridley Scott. Tuotantomaa: Yhdysvallat, Yhdistyneet kansakunnat. Tuottaja Scott Free Productions, Brandywine Productions, Dune Entertainment. 124min.

Balaram, S. 2010, Thinking Design. Los Angeles : SAGE 2010.

Elysium. 2013. Neill Blomkamp. Neill Blomkamp. Yhdysvallat: Bill Block, Neill Blomkamp, Simon Kinberg. 109min.

Horizon Zero Dawn. 2017, Sony Interactive Entertainment.

Mass Effect 2, 2009. BioWare and Electronic Arts, Yhdysvallat. Kuva: Wikipedia > Mass Effect 2, 30.10.2014. <https://en.wikipedia.org/wiki/Miranda_Lawson> (14.3.2018)

Muotoilutoimisto Ahiomo < <http://aihiomo.fi>> (8.2.2018)

(Nigel French 1.6.2014. Lynda.com,web-kurssi: What is a moodboard? <https://www.lynda.com/Design-Color-tutorials/What-mood-board/141129/159876-4.html> (luettu 15.4.2018))

Shopify, Benchmarking, <https://www.shopify.com/encyclopedia/benchmarking> (luettu 15.4.2018)

Verkkokauppaopas 2015, Anders Innovations Oy, 2015

The Visual Communication Guy, 12.10.2017. How luxury brands use visual communication
<<http://thevisualcommunicationguy.com>> (luettu 29.3.2018)

W3Schools Online Web tutorials <<https://www.w3schools.com/>> (7.2.2018)

WordPress.org <<https://wordpress.org/>> (7.2.2018)

Kuvien lähteet

Evan Bozarth, A Live One- band logo, <https://airshp.com/portfolio/a-live-one-logo/> (14.3.2018), Airshp

Ad Kiwi, Saurum Osakeyhtiö <http://www.saurum.fi/fi/yritys/tutustu_tekijoihin/> (7.2.2018)

Alien: Prometheus 2012. John Spaihts, Damon Lindelof. Ohjaaja Ridley Scott. Tuotantomaa: Yhdysvallat, Yhdistyneet kansakunnat. Tuottaja Scott Free Productions, Brandywine Productions, Dune Entertainment. 124min.

Barrie McDaniel. Amino Acids Peptides, Proteins Structure and naming of amino acids Structure and properties of peptides Ionization behavior of amino acids and. Dia 40, kappale 3, Slideplayer.
<http://slideplayer.com/slide/7011518/> (2.4.2018)

Capcom and Dontnod. 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books

Christopher Burns. 6.12.2027. Unsplash -Photos for everyone.<<https://unsplash.com/>> (27.2.2018)

Corex Honeycomb- alumiinirakenteet [https://corex-honeycomb.co.uk/\(14.3.2018\)](https://corex-honeycomb.co.uk/(14.3.2018))

David L. Nelson, Michael M. Cox 2018. Lehninger Principles of Biochemistry 5th Edition, W. H. Freeman

Dknight- LuxuryAccessories [https://dknightofficial.com/\(14.3.2018\)](https://dknightofficial.com/(14.3.2018))

Fearless Digital- Digital Marketing <https://www.fearlessdigital.com/> (14.3.2018)

Finland Health- Health Innovation Village <<http://www.finlandhealth.fi/-/health-innovation-village>> (8.2.2018)

Finna.fi -kirjastohakupalvelu [https://www.finna.fi/\(2.2.2018\)](https://www.finna.fi/(2.2.2018))

FredBoat- Discord Music Bot <https://fredboat.com/> (2.2.2018)

Health Innovation Academy <<https://www.healthinnovationacademy.com/>> (8.2.2018)

Hexagon Board Game Café <https://www.hexagon.cafe/> (14.3.2018)

Hexagon- Social Enterprise Co,Ltd <https://www.facebook.com/HexagonSocialEnterprise/> (14.3.2018)

Honeycomb Studio- Taidekeramiikkaa <https://www.honeycomb-studio.com/> (14.3.2018)

Horizon Zero Dawn 2017, Sony Interactive Entertainment. Kuva: Zoe Delahunty-Light, 6.3.2017, How to get
[Horizon Zero Dawns secret armor that makes Aloy almost invincible](https://www.gamesradar.com/how-to-get-horizon-zero-dawns-secret-armor-that-makes-aloy-almost-invincible/), < <https://www.gamesradar.com/how-to-get-horizon-zero-dawns-secret-armor-that-makes-aloy-almost-invincible/> >(14.3.2018)

HUS- Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri <<http://www.hus.fi/Sivut/default.aspx>>(7.2.2018)

iCube- Storage Cube Furniture <https://www.i-cubes.co.uk/shop> (14.3.2018)

Linkin Park- Band Logo 2017 < <https://linkinpark.com/news> > (2.2.2018)

Lume Cube <https://www.lumecube.com/> (2.2.2018)

Mass Effect 2, 2009. BioWare and Electronic Arts, Yhdysvallat. Kuva: Wikipedia > Mass Effect 2, 30.10.2014.
<https://en.wikipedia.org/wiki/Miranda_Lawson> (14.3.2018)

Muotoilutoimisto Ahiomo < <http://aihiomo.fi>> (8.2.2018)

Nintendo GameCube http://nintendo.wikia.com/wiki/Nintendo_GameCube (2.2.2018)

Pohjois-Savon Sairaanhoidopiiri <<https://www.psshp.fi/>> (8.2.2018)

Xenopedia, [http://avp.wikia.com/wiki/Prometheus_\(film\)](http://avp.wikia.com/wiki/Prometheus_(film))

10.1. Kuvaluettelo

Kuva 1 Opinnäytetyön suunnittelu-, toteutus- ja raportointiaikataulu.	9
Kuva 2 Alkuperäinen etusivun sisältösuunnitelma.....	12
Kuva 3 Promotionaalinen kuva pelistä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	15
Kuva 4 Kuva 5 H3O -serverihuone pelistä Remember Me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	15
Kuva 5 Neo-Paris kaupunkikuva pelissä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	16
Kuva 6 Neo-Prisin muotia pelistä Remember me (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	16
Kuva 7 Yllääärin konseptisuunnitelma muistonryöstökohtaukseen (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	17
Kuva 8 Vankisairaalan koehenkilöiden designkonsepti (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	17
Kuva 9 Pysäytyskuva pelin kohtauksesta, jossa muunnellaan muistoa kohtauksesta sairaalassa (Capcom and Dontnod 2013. The Art Of Remember Me. Dark Horse Books)	18
Kuva 10 Med Pod elokuvasta Alien:Prometheus (Alien: Prometheus 2012. John Spaihts, Damon Lindelof. Ohjaaja Ridley Scott. Tuotantomaa: Yhdysvallat, Yhdistyneet kansakunnat. Tuottaja Scott Free Productions, Brandywine Productions, Dune Entertainment. 124min.)	18
Kuva 11 MedBay elokuvasta Elysium (Elysium. 2013. Neill Blomkamp. Neill Blomkamp. Yhdysvallat: Bill Block, Neill Blomkamp, Simon Kinberg. 109min.)	19
Kuva 12 Ruutukaappaus muotoilutoimisto Ahiomon verkkosivun etusivulta (Muotoilutoimisto Ahiomo < http://aihiomo.fi > (8.2.2018))	20
Kuva 13 Ruutukaappaus saurum Oy:n etusivulta (Ad Kiwi, Saurum Osakeyhtiö < http://www.saurum.fi/fi/yritys/tutustu_tekijoihin/ > (7.2.2018))	21
Kuva 14 Ruutukaappaus Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoidopiirin etusivulta (HUS- Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoidopiiri < http://www.hus.fi/Sivut/default.aspx >(7.2.2018))	21
Kuva 15 Ruutu kaappaus Finland Health -Health Innovation Village sivulta (Finland Health- Health Innovation Village < http://www.finlandhealth.fi/-/health-innovation-village > (8.2.2018))	22
Kuva 16 Terveysinnovaatiostudion ilme koostuu tehokkaista muodoista, ammattimaisesta järjestyksestä ja raikkaista väreistä.	24
Kuva 17 Alkuperäinen kuva (Christopher Burns, 6.12.2027, Unsplash -Photos for everyone, < https://unsplash.com/ > (27.2.2018))	25
Kuva 18 Glitch-versio 1	25
Kuva 19 Glitch-versio 2	26
Kuva 20 Glitch- versio, johon on lisätty terveysterveystuulet "uudet tuulet"	27

Kuva 21 Suunnitelma etusivun lopullisesta asettelusta	28
Kuva 22 Ensimmäiset logoideoinnit	30
Kuva 23 Jatkoluonnoksia ensimmäisistä logoista	30
Kuva 7 Päähenkilö Aloy pelistä Horizon Zero Dawn yllään pelin erikoishaarniska Shield Weaver (Horizon Zero Dawn 2017, Sony Interactive Entertainment. Kuva: Zoe Delahunty-Light, 6.3.2017, How to get Horizon Zero Dawns secret armor that makes Aloy almost invincible , <gamesradar.com>(14.3.2018))	31
Kuva 24 Miranda Lawson pelistä Mass Effect 2. (Mass Effect 2, 2009. BioWare and Electronic Arts, Yhdysvallat. Kuva: Wikipedia > Mass Effect 2, 30.10.2014. < https://en.wikipedia.org/wiki/Miranda_Lawson > (14.3.2018))	31
Kuva 25 Dia 40, CHAPTER 3 Amino Acids, Peptides, Proteins Structure and naming of amino acids Structure and properties of peptides Ionization behavior of amino acids and. Slideplayer: Barrie McDaniel.....	32
Kuva 26 Benchmark mosaiikki jo käytössä olevista kuusikulmiologoista.....	33
Kuva 27 Hexagon Board Game Café https://www.hexagon.cafe/ (14.3.2018)	34
Kuva 28 Microsoft Zune (lopetti toiminnan 2012) Logo: Wikimedia commons (14.3.2018)	34
Kuva 29 Honeycomb Studio- Taidekeramiikkaa https://www.honeycomb-studio.com/ (14.3.2018).....	34
Kuva 30 Corex Honeycomb- alumiinirakenteet https://corex-honeycomb.co.uk/(14.3.2018)	34
Kuva 31 Dknight- LuxuryAccessories https://dknightofficial.com/(14.3.2018)	34
Kuva 32 Finna.fi -kirjastohakupalvelu https://www.finna.fi/(2.2.2018)	34
Kuva 33 Gameshow - Streaming Software http://www.gameshow.net/(14.3.2018)	35
Kuva 34 A Live One- band logo https://airshp.com/portfolio/a-live-one-logo/(14.3.2018)	35
Kuva 35 Nintendo GameCube http://nintendo.wikia.com/wiki/Nintendo_GameCube (2.2.2018)	35
Kuva 36 Fearless Digital- Digital Marketing https://www.fearlessdigital.com/(14.3.2018)	35
Kuva 37 iCube- Storage Cube Furniture https://www.i-cubes.co.uk/shop (14.3.2018)	35
Kuva 38 FredBoat- Discord Music Bot https://fredboat.com/(2.2.2018)	36
Kuva 39 Linkin Park- Band Logo 2017 < https://linkinpark.com/news > (2.2.2018)	36
Kuva 40 Hexagon- Social Enterprise Co,Ltd https://www.facebook.com/HexagonSocialEnterprise/ (14.3.2018)	36
Kuva 41 Lume Cube https://www.lumecube.com/(2.2.2018)	36
Kuva 42 Muunnelmia ensimmäisestä kuusikulmiologoideasta	37
Kuva 43 Graafinen kokeilu kuusikulmiologolla.....	37
Kuva 44 Logo ehdotukset, jotka lähetin eteenpäin Terveysinnovaatiostudion johtoryhmälle	38
Kuva 45 Jatkokehitetty logo	39
Kuva 46 Graafinen taustaelementti logon pohjalta	39
Kuva 47 Tausta etusivun blogitekstille	40
Kuva 48 Etusivun otsikko lyhennetyllä tekstillä.....	40
Kuva 49 Logo ilman tekstiä.....	40
Kuva 50 Logon värit ja muut sallitut versiot.....	41
Kuva 51 Lopullisen etusivun Thinglink-esittely.....	42